



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高职高专经管类专业精品教材系列

商业银行信贷与营销

(第二版)

● 闫红玉 主 编



清华大学出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高职高专经管类专业精品教材系列

商业银行信贷与营销

(第二版)

闫红玉 主 编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

《商业银行信贷与营销》(第二版)是在第一版的基础上,结合近年来商业银行信贷业务的新趋势、新动向及营销新策略进行的修订。本书针对高职高专的教学特点,在阐述商业银行信贷业务及其营销基本知识和基本技能的基础上,注重不同业务品种营销技巧及业务风险分析与防范知识的传授。通过“他山之石”、“市场链接”、“小百科”、“案例”栏目,为读者提供大量信息和实例,进一步提高学习者的信贷业务处理能力、营销能力及风险识别与防范能力。

本书可作为高职高专院校财经专业学生的学习用书,也可作为相应层次教育教学用书和商业银行从业人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

商业银行信贷与营销/闫红玉主编. —2版. —北京:清华大学出版社,2009.7

高职高专经管类专业精品教材系列

ISBN 978-7-302-20427-5

I. 商… II. 闫… III. 商业银行—信贷管理—市场营销学—高等学校:技术学校—教材 IV. F830.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 104123 号

责任编辑:康 蓉

责任校对:袁 芳

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:17.25

字 数:396千字

版 次:2009年7月第2版

印 次:2009年7月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:28.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:010-62770177 转 3103 产品编号:031502-01

第二版前言

《商业银行信贷与营销》使用几年来,其丰富的知识及资讯,活泼新颖的结构,不仅受到了越来越多高职高专院校的欢迎,而且也受到了银行实务界人士的普遍认同。该教材被评为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。为了满足需要,我们结合近年来商业银行信贷业务的新趋势、新动向及营销新策略,对教材进行了修订。

修订后的《商业银行信贷与营销》(第二版)具有如下特色:

1. 符合高职高专教育的培养目标、特点和要求

教材按照教育部对高职高专学生的培养生产、管理和服务第一线应用型人才的目标和要求,以商业银行信贷业务岗位能力的培养为主导设计教材的体系结构,使教学内容与专业、行业的应用及人才培养相适应,实现“工学结合”。

2. 突出信贷营销能力及风险防范能力的培养

教材在介绍信贷业务程序的基础上,注重不同业务品种营销技巧及业务风险分析与防范内容的介绍,体现注重培养学生理论联系实际的能力、信贷业务处理能力、营销能力,以及风险识别与防范能力。本教材每章所附的思考题及实训题都极具针对性,能够有效提高学生的岗位操作能力。

3. 内容体现实用、新颖、宽泛的特色

教材在介绍商业银行信贷与营销基本知识时,本着理论必需、够用的原则,基础理论知识介绍得较浅、较少,且多以其他栏目介绍相关知识,使学生加深理解,切忌死记硬背;相关案例及其他资料,均为近年来的新案例及资料。具有较强的知识性和实用性,对金融专业学生及银行信贷工作人员掌握信贷知识、提高专业工作能力具有极大的帮助。

4. 内容丰富,形式多样,好学易教

(1) 教材内容循序渐进,深入浅出,语言简练,通俗易懂。

(2) 教材形式丰富多彩,各章开始配有学习目标,使学生了解需要了解和掌握的内容,章后配有本章小结,以便读者对所学内容进行概括和总结;为了方便学习和教学,教材中还开设有“他山之石”、“市场链接”、“小百科”、“案例”等栏目,为读者提供了大量的信息,使学生能够得到动态的、形象的、感性的认识,使学习变得轻松愉悦;章末配有思考题和实训题,思考题多为需要掌握的基本概念及知识,实

训题则为今后走上信贷业务营销岗位（即商业银行客户经理岗位）所需做的具体工作，极具针对性，需要学生搜集大量的第一手资料，分工合作才能达到目标，能够有效提高读者分析问题、解决问题的能力，营销技巧和团队合作意识。从而使读者能够直接地将所学知识运用到实践中，实现“工学结合”。

《商业银行信贷与营销》（第二版）由闫红玉、刘佳音、晏金发完成修订。其中，闫红玉主编并修订第1、3、8、9章，刘佳音修订第5、6、7章，晏金发修订第2、4章。由于商业银行业务品种的多样性和复杂性，不足之处在所难免，请高职高专院校和读者在使用过程中给予关注，并将意见及时反馈给我们，以便修订时进一步完善。

所有意见和建议请发往：yan_hy@sina.com。

编 者

2009年5月

前言

在中国加入 WTO, 银行业逐渐对外开放的时代背景下, 国内商业银行面临着一系列挑战: 完善法人治理结构、提高管理水平、转变经营理念、增强市场竞争能力……。面对银行业日益激烈的市场竞争, 商业银行广泛学习和运用西方银行业的先进经验, 在不断提高管理水平的时候, 积极开展业务创新, “以市场为导向, 以客户为中心”开展业务已是大势所趋。有鉴于此, 本书在内容和体例上进行了一些新的尝试, 即在深入研究国内外商业银行信贷业务实践和发展趋势的基础上, 借鉴和吸收西方商业银行的经验和做法, 把商业银行信贷业务和市场营销的知识融合起来加以阐述, 全面系统地介绍了商业银行信贷业务和市场营销的基本知识和操作技能, 具有较强的知识性和实用性。

信贷业务是商业银行最主要的经营业务, 具体品种繁多, 本书基本上按商业银行信贷业务品种谋篇布局, 对重要的和比较复杂的信贷业务均进行了专门论述, 同时介绍了一些创新的信贷业务。第 1 章和第 2 章介绍了信贷业务和市场营销的基本概念, 这些概念是学习商业银行信贷业务之前必须掌握的基础性知识。第 3~8 章分别介绍了短期商业贷款、中长期商业贷款、消费信贷、信用卡、国际贸易融资及其他信贷业务与市场营销的基本内容。第 9 章介绍了商业银行信贷营销业务组织管理的主要内容。本书的目的是使读者学完本书后, 能够系统地掌握商业银行信贷业务和市场营销的基本知识和操作技能, 在商业银行信贷岗位从事信贷业务与营销工作。

本书的作者具有良好的教育背景和丰富的商业银行信贷业务及市场营销实践经验, 在写作过程中, 参阅了大量的书籍和资料, 力求使本书的结构及内容新颖、案例丰富、信息量大。全书由闫红玉主编并撰写第 1、3、8、9 章, 晏金发撰写第 2、4 章, 林云峰撰写第 5 章, 刘佳音撰写第 6、7 章。由于作者水平有限以及商业银行信贷业务的复杂性, 书中可能存在不完善和不严谨之处, 请读者批评指正。

编 者

2005 年 3 月

目 录

第 1 章 商业银行信贷业务概论	1
1.1 商业银行信贷业务种类	1
1.1.1 贷款业务	1
1.1.2 担保性业务	3
1.1.3 保理业务	3
1.1.4 授信业务	4
1.2 商业银行办理信贷业务的原则	5
1.2.1 安全性	5
1.2.2 流动性	6
1.2.3 赢利性	8
1.3 商业银行贷款定价	10
1.3.1 影响商业银行贷款定价的因素	10
1.3.2 贷款利率的种类	12
1.3.3 贷款利息的计算	14
1.3.4 贷款定价	15
1.4 商业银行的贷款方式	16
1.4.1 信用贷款	17
1.4.2 保证贷款	18
1.4.3 抵押贷款和质押贷款	19
1.4.4 票据贴现	22
1.5 商业银行信贷业务流程	24
1.5.1 通过信贷营销,确定信贷客户	24
1.5.2 信贷调查	25
1.5.3 信贷审查和贷款的发放	30
1.5.4 贷后检查与管理	31
1.5.5 贷款回收与风险贷款的清收	32
本章小结	32
思考题	32
实训题	33

第2章 商业银行市场营销	34
2.1 市场营销的基本原理	34
2.1.1 市场营销的定义	34
2.1.2 市场营销的基本内容	35
2.2 商业银行业务市场营销	46
2.2.1 商业银行营销目标与市场细分	46
2.2.2 商业银行产品	48
2.2.3 商业银行产品价格策略	52
2.2.4 商业银行的产品分销	53
2.2.5 商业银行产品促销	55
本章小结	58
思考题	58
实训题	58
第3章 短期商业贷款与市场营销	59
3.1 短期商业贷款的种类及企业收益周期分析	59
3.1.1 短期商业贷款的概念与种类	59
3.1.2 企业收益周期分析	63
3.2 短期商业贷款业务操作流程	67
3.2.1 拓展客户	67
3.2.2 接受贷款申请	68
3.2.3 贷款调查	69
3.2.4 贷款审查与审批	71
3.2.5 签订借款合同	71
3.2.6 贷款发放与贷后检查	72
3.2.7 贷款收回	72
3.3 对贷款企业的财务分析	73
3.3.1 贷款企业财务分析所需要的资料	73
3.3.2 对贷款企业的赢利能力分析	74
3.3.3 对贷款企业的偿债能力分析	80
3.3.4 对贷款企业的资产结构、经营规模与营运能力分析	82
3.4 短期商业贷款风险及其控制与防范	84
3.4.1 短期商业贷款的风险分析	84
3.4.2 短期商业贷款的风险控制与防范	89
3.5 短期商业贷款市场营销	91
3.5.1 细分市场,确定目标客户	91

3.5.2	拜访客户,了解客户需求	93
3.5.3	与客户谈判,确定贷款方案	95
3.5.4	维护和巩固与客户的关系,培养客户忠诚度	96
3.5.5	建立和完善客户档案	97
本章小结		98
思考题		99
实训题		100
第4章	中长期商业贷款与市场营销	101
4.1	中长期商业贷款的概念及种类	101
4.1.1	中长期商业贷款的概念	101
4.1.2	中长期商业贷款的种类	102
4.2	中长期商业贷款业务操作流程	103
4.2.1	中长期商业贷款申请	104
4.2.2	中长期商业贷款的贷款调查	106
4.2.3	中长期商业贷款审查与审批	113
4.2.4	签订合同	114
4.2.5	贷款发放与贷后检查	114
4.2.6	贷款归还	114
4.3	中长期商业贷款风险及其控制	115
4.3.1	中长期商业贷款风险	115
4.3.2	中长期商业贷款的风险控制与防范	118
4.4	中长期商业贷款市场营销	122
本章小结		129
思考题		130
实训题		130
第5章	消费信贷与市场营销	131
5.1	消费信贷业务的概念、种类与作用	131
5.1.1	消费信贷业务的概念	131
5.1.2	消费信贷业务的种类和作用	131
5.2	消费信贷业务操作流程	133
5.2.1	基本操作流程	133
5.2.2	个人信用调查方法	138
5.2.3	与房地产开发商的业务合作	139
5.2.4	与经销商的业务合作	139
5.3	消费信贷业务风险及其控制与防范	139

5.3.1	住房消费信贷业务风险及其控制与防范	140
5.3.2	汽车消费信贷业务风险及其控制与防范	144
5.3.3	其他消费信贷业务风险及其控制与防范	146
5.4	消费信贷业务市场营销	147
5.4.1	消费信贷业务营销思路	147
5.4.2	消费信贷业务市场营销要点	148
5.4.3	消费信贷业务客户开发技巧	151
本章小结		153
思考题		154
实训题		156
第6章	信用卡业务与市场营销	157
6.1	信用卡的概念及分类	157
6.1.1	信用卡的概念	157
6.1.2	信用卡的分类	158
6.2	信用卡业务操作流程及特点	161
6.2.1	信用卡业务的操作流程	161
6.2.2	信用卡业务的特点	161
6.3	信用卡业务的风险及其控制与防范	167
6.3.1	信用卡业务的风险分析	167
6.3.2	信用卡业务风险的控制与防范	172
6.4	信用卡业务市场营销	174
本章小结		181
思考题		181
实训题		182
第7章	国际贸易融资业务与市场营销	183
7.1	国际贸易融资业务的种类	183
7.1.1	进口贸易融资方式	184
7.1.2	出口贸易融资方式	186
7.2	国际贸易融资业务的特点	196
7.3	国际贸易融资业务风险及其控制与防范	198
7.3.1	国际贸易融资业务的风险分析	198
7.3.2	国际贸易融资业务风险的控制与防范	204
7.4	国际贸易融资业务市场营销	207
本章小结		210
思考题		211

实训题	211
第 8 章 其他信贷业务与市场营销	213
8.1 银行承兑汇票及其贴现业务	213
8.1.1 银行承兑汇票业务	213
8.1.2 银行承兑汇票贴现业务	216
8.1.3 银行承兑汇票及其贴现业务的营销要点	221
8.2 保函业务	222
8.2.1 商业银行保函业务的种类及其办理程序	222
8.2.2 保函业务的风险及其控制与防范	224
8.2.3 银行保函业务的营销要点	225
8.3 国内保理业务	227
8.3.1 国内保理业务的内容及其办理程序	227
8.3.2 国内保理业务的风险及其控制与防范	228
8.3.3 国内保理业务的营销要点	230
8.4 法人账户透支业务	232
8.4.1 法人账户透支业务的内容及其办理程序	232
8.4.2 法人账户透支业务的风险及其控制与防范	233
8.4.3 法人账户透支业务的营销要点	234
8.5 应收账款质押贷款业务	236
8.5.1 应收账款质押贷款业务的内容及其办理程序	236
8.5.2 应收账款质押贷款业务的风险及其控制与防范	238
8.5.3 应收账款质押贷款业务的营销要点	240
8.6 仓单质押贷款业务	240
8.6.1 仓单质押贷款业务的内容及办理程序	240
8.6.2 仓单质押贷款业务的风险及其防范与控制	242
8.6.3 仓单质押贷款业务的营销要点	244
本章小结	246
思考题	246
实训题	247
第 9 章 商业银行信贷营销业务组织管理	248
9.1 商业银行信贷营销业务人员管理	248
9.1.1 商业银行客户经理制	248
9.1.2 客户经理的基本素质、知识与技能	251
9.1.3 客户经理管理制度	254
9.2 商业银行信贷营销基础工作管理	257

9.2.1 商业银行信贷营销业务档案管理·····	258
9.2.2 商业银行信贷营销综合管理工作·····	261
本章小结·····	263
思考题·····	263
实训题·····	263
参考文献·····	264

第 1 章

商业银行信贷业务概论

学习目标

1. 了解商业银行信贷业务的种类及办理信贷业务的原则。
2. 了解信贷业务流程中每个环节所做的主要工作,并独立思考如何做好这些工作。
3. 掌握信贷业务的定价方法。
4. 了解商业银行的各种贷款方式及每种贷款方式的主要特点。
5. 掌握信贷业务利息及实付贴现款的计算方法。

1.1 商业银行信贷业务种类

信贷业务是商业银行业务,亦是商业银行业务的主要赢利来源。商业银行业务的传统业务主要是存、取、贷、还,这种运动过程中的“贷”和“还”就是商业银行业务信贷业务的主要内容。“贷”即从商业银行业务取得贷款,“还”是指按照约定偿还利息和本金,这是商业银行业务的贷款业务。通常,有人会将商业银行业务的信贷业务与贷款业务混为一谈,二者实际上是有区别的,前者的外延及内涵比后者大许多。它们的主要区别在于商业银行业务的贷款活动一定伴随着资金运动,是商业银行业务将自己筹集的资金暂时借给企事业单位使用,在约定时间内收回本金并收取一定利息的经济活动。商业银行业务的信贷业务除了贷款业务以外,还包括担保性业务、保理业务和授信业务等,虽然这些业务与贷款业务的关系非常密切,但不能完全等同。随着市场经济活动的日益发达,人们在经济交往中对银行信贷业务的需求越来越多,对银行提供资金的形式和方式也有越来越多的不同要求,商业银行业务在经营实践中,开发了丰富多样的信贷业务品种。

由于商业银行业务信贷业务品种繁多,且有些业务之间有交叉及包含关系,要想对商业银行业务信贷业务进行科学严谨的分类是一件十分困难的事情。本书按信贷业务的性质,将商业银行业务的信贷业务分为贷款业务、担保性业务、保理业务和授信业务四类。

1.1.1 贷款业务

贷款业务(loan business)是商业银行业务或其他信用机构以一定的利率和约期归还为条件,将货币资金转让给其他资金需求者的信用活动。按照不同的标准可以将贷款业务分为不同的种类。

1. 按照贷款期限不同,可以将贷款分为长期贷款、中期贷款和短期贷款

长期贷款是指贷款期限在 5 年以上的贷款。

中期贷款是指贷款期限在 1 年以上(含 1 年)5 年以下的贷款。

短期贷款是指贷款期限在 1 年以内的贷款。

2. 按照贷款方式不同,可以将贷款分为信用贷款、保证贷款、抵(质)押贷款和票据贴现

信用贷款是指不需要任何财产抵押或第三者保证而直接向借款人发放的贷款。

保证贷款是指按照《中华人民共和国担保法》(以下简称《担保法》)的规定,以第三人承诺在借款人不能偿还贷款时,由其按约定承担一般保证责任或连带责任而发放的贷款。

抵(质)押贷款是指按照《担保法》及《中华人民共和国物权法》(以下简称《物权法》)的规定,以借款人或第三人的财产作为抵押物,或以其动产或权利作为质物发放的贷款。

票据贴现是指贷款人用信贷资金购买未到期商业汇票,在汇票到期被拒付时,可以对背书人、出票人及汇票的其他债务人行使追索权的一种资金融通行为。

3. 按照贷款对象不同,可以将贷款分为商业贷款、农业贷款和个人贷款等

商业贷款是商业银行对工商企业发放的用于扩大生产经营规模、购买设备、增加流动资金等方面的贷款。

农业贷款是商业银行对农业生产企业和个体经营户因正常生产经营需要而发放的用于诸如购买种子、化肥、农药、改良土壤、购置农用机械设备等方面的贷款。

个人贷款是商业银行针对个人发放的主要用于满足个人消费支出的贷款。目前主要有住房贷款、购车贷款、教育贷款、旅游贷款等。

4. 按照贷款用途不同,可以将贷款分为固定资产贷款、流动资金贷款、贸易融资贷款、消费贷款等

固定资产贷款是指商业银行为解决企业用于基本建设或技术改造项目的工程建设、技术设备的购置安装等方面的长期性资金需求而发放的贷款。包括基本建设贷款和技术改造贷款。

流动资金贷款是商业银行为解决企业在生产经营活动中流动资金不足而发放的贷款。按照期限不同又可分为临时贷款、短期贷款和中期流动资金贷款。

贸易融资贷款是商业银行对企业在国际国内贸易业务中,以贸易单据等为凭证向企业发放的贷款。主要包括进出口押汇、打包贷款、信用证等。

消费贷款是商业银行对消费者发放的主要用于满足其购买耐用消费品等支出的贷款。主要包括住房贷款、购车贷款等。

5. 按照贷款是否自主发放,可以将贷款分为自营贷款和委托贷款等

自营贷款是指贷款人以合法方式筹集的资金自主发放的贷款,其风险由贷款人承担,

并由贷款人收取本金和利息。

委托贷款是指由政府部门、企事业单位及个人等委托提供资金,由贷款人(即受托人)根据委托人确定的贷款对象、用途、金额、期限、利率等而代理发放、监督使用并协助收回的贷款,其风险由委托人承担,贷款人(即受托人)收取手续费,不得代垫资金。

1.1.2 担保性业务

担保性业务(guarantee business)是指商业银行接受申请,为客户出具各种担保函的业务。通常情况下,银行开具的担保函均为无条件担保,银行为此将承担无条件付款的连带责任。常见的担保性业务有银行保函、备用信用证、票据承兑等。

1. 银行保函(letter of guarantee, L/G)业务

银行保函业务指商业银行应客户(申请人)的书面申请,向受益人(债权人)出具的书面信用保证。为被担保人提货、投标、履行合同、预付款、产品质量等行为提供担保,在申请人未按其与受益人签订合同的约定偿还债务或履行约定义务时,承担付款或赔偿责任。

常用的保函有提货担保函、投标保函、履约保函、质量保函和预付款保函等。

2. 备用信用证(standby L/C)业务

备用信用证业务指商业银行根据商业合约的一方(申请人)的要求向商业合约的另一方(受益人)所出具的,旨在保证申请人将履行某种合约的义务,并在该方未能履行该义务时,凭受益人所提交的表面上单单一致的文件或单据,代其向受益人作出支付一定金额的书面付款保证承诺。

3. 票据承兑(bill acceptance)业务

票据承兑业务指商业银行作为付款人,根据承兑申请人(出票人)的申请,承诺对有效商业汇票按约定的日期向收款人或被背书人无条件支付票款的行为。

1.1.3 保理业务

保理业务(factoring business)是商业银行(保理商)为贸易双方在赊销方式下产生的应收账款设计的一种连续的综合性金融服务。服务内容包括应收账款融资、应收账款账户管理、应收账款催收和信用担保等服务。按照保理业务操作方式或贸易对象的不同,保理业务也可以有不同的分类。

1. 按照商业银行(保理商)是否向供应商提供融资服务,可将保理业务分为融资保理业务和非融资保理业务

融资保理业务是指商业银行凭供应商(卖方)发货后提交的证明债权转让的发票副本及其他有关文件,向供应商预先垫付部分货款,债务到期收回应收账款,再扣除垫款及有

关费用后,将余款付给供应商的一种保理业务。

非融资保理业务是商业银行只提供除融资以外的其他保理服务。

2. 按照是否将商业银行(保理商)的参与情况书面通知债务人,可将保理业务分为明保理业务和暗保理业务

明保理业务是指应收账款债权一旦转让给商业银行(保理商),供应商就必须以书面形式将商业银行的参与情况通知买方(债务人),并要求买方将货款直接付给商业银行的一种保理业务。

暗保理业务是指保理业务的整个操作过程不必通知买方(债务人)知晓,整个操作只需在供应商与商业银行之间进行。

3. 按照应收账款到期后,商业银行未按期收到货款的情况下能否对供应商行使追索权,可将保理业务分为有追索权保理业务和无追索权保理业务

有追索权保理业务是指商业银行凭债权转让向供应商融资后,如果买方拒绝付款或无力付款时,商业银行有权向供应商追索,要求其偿还资金。

无追索权保理业务是指商业银行凭债权转让向供应商融通资金后,商业银行即放弃对供应商追索的权利,独自承担买方拒绝付款或无力付款的风险。

4. 按照贸易性质不同,可将保理业务分为国内保理业务和国际保理业务

国内保理业务是针对国内贸易中的信用销售而设计的一种综合性金融服务。

国际保理业务则是针对国际贸易中的信用销售而设计的一项综合性金融服务。

1.1.4 授信业务

商业银行的授信业务(credit line business)有广义和狭义之分。广义的授信业务是指商业银行对单一法人客户或地区统一确定最高授信额度,并加以集中统一控制的信用风险控制管理制度。它不仅涵盖了商业银行的所有信贷业务,而且是商业银行的一种信贷工作管理方式,是一个综合性极强的概念。狭义的授信则仅仅是指商业银行对客户核定融资额度,由其在规定期限及额度内循环使用的一个信贷业务品种。从狭义的角度理解,最典型的授信业务有针对工商企业的综合授信及主要针对个人的信用卡透支业务。

1. 综合授信(integrated credit line)

商业银行根据客户(一般是法人)的信用或提供的抵押、担保条件,在一定期间内为其提供一个最高融资额度,在规定的期限及额度内,客户只要有资金需求,可以任何信用形式(如贷款、贸易融资、贴现、保函、开证等)使用银行信贷资金,无须再次向银行申请。

2. 信用卡透支(credit card loan)

商业银行根据信用卡申请人的信用及收入水平,为持卡人核定一定期限内的最高融资额度,持卡人在规定的期限及额度内可以多次循环使用,按照约定向银行支付利息及归

还本金。

1.2 商业银行办理信贷业务的原则

商业银行的经营原则是安全性、流动性及赢利性,在办理商业银行的信贷业务时,同样要遵循这三项原则。

1.2.1 安全性

商业银行信贷业务的安全性(safety)是指商业银行能够按照约定收回本金和利息的可靠性或确定性。商业银行的信贷资金来源于各类存款、各种债券、对国际金融机构的负债、流通中的货币及银行自有资金等。商业银行办理信贷业务时,首先要保证放出去的资金能够如数收回,否则就无法保证股东及债权人的利益,严重时还可能引起社会动荡,虽然商业银行是一个营利机构,却应将安全性视为其首要原则。

影响商业银行信贷业务安全性的因素既有外部的,也有内部的。外部因素一是个别客户以虚假资料欺骗银行,获得银行资金后恣意挥霍,致使商业银行无法收回本息;二是客户的经营状况发生重大变化,致使其无法实现还本付息的承诺。内部因素主要是指商业银行在确定信贷客户对象时出现疏漏,或在资金发放出去后未及时进行跟踪管理,致使商业银行的信贷资金到期后无法收回本金或利息。无论是外部因素还是内部因素,其实最终都是内部因素在起作用,因此,商业银行办理信贷业务时,贯彻安全性原则的重点应放在内部,建立完善的信贷风险防范机制。

1. 实行资产负债比例管理

资产负债比例管理是以资金来源制约资金运用,通过对资产业务、负债业务的协调管理及资产结构、负债结构的共同调整,在保证商业银行一定收益性、流动性的前提下,谋求商业银行风险的最小化,以保证银行经营的安全。

实行资产负债比例管理,商业银行的分支机构只有在存款规模上升的情况下才能增加贷款规模,从而有效控制“惜贷”或盲目增加信贷规模的做法,使资产及负债的规模同步增长,商业银行得以稳健发展。

2. 建立健全信贷经营管理责任制

商业银行在合理设置组织结构、科学配置信贷营销人员的前提下,以责任为核心来规定和划分信贷组织、岗位及人员的责、权、利,以提高商业银行的信贷经营水平,提高信贷资产质量。

商业银行一般通过一定的形式,将信贷业务经营与管理责任进行层层分解,落实到各级信贷组织、各岗位和不同的人员分担,并相应确定各自的权限,再通过严格的考核与监管,最终确定其利益的大小。因此,商业银行信贷经营管理责任制是多层次、多样化的,有